

TAGESZEITUNGEN ABWARTEN, BIS ES VORBEI IST

Das Ergebnis der Volksabstimmung in der Schweiz ist ein Signal. Im Kern ging es um die Frage, ob private Medien staatliche Fördergelder erhalten sollen oder nicht. Vom Strukturwandel, der die Medienvielfalt gefährdet, war die Rede, von Konzentrationsprozessen, Umschichtungen der Werbeeinnahmen und negativen Folgen für das demokratische Gemeinwesen. Allesamt diskussionswürdige Entwicklungen. Doch wollte knapp mehr als die Hälfte der Eidgenossen dieser Argumentation nicht folgen. Denn in Wahrheit hatten sie ja bereits abgestimmt.

Die Leserschaft, die ihre Informationen aus der gedruckten Zeitung bezieht, ist in den letzten Jahren deutlich kleiner geworden. Seit 2003 sind in der Schweiz über 70 Zeitungen verschwunden (es waren auch sehr kleine und sehr regionale dabei). Die gedruckten Auflagen der Zeitungen sanken von 2014 bis 2021 stets: die des *Blick* von 164.000 auf 91.000, die des *Tages-Anzeiger* von 173.000 auf 114.000 und der *Aargauer Zeitung* mit ihren zahlreichen Kopfblätter um ein Viertel. Die verbleibenden Leser wurden dafür mit höheren Abgebühren bestraft. Weniger Leser bedeutet aber trotzdem geringere Werbeeinnahmen. So lässt sich auch (wenn nicht nur) erklären, dass die Schweizer Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen zusammengenommen im Jahr 2000 mit Inseraten noch mehr als zwei Milliarden Franken Umsatz machten, im Jahr 2020 jedoch weniger als 500 Millionen.

Aber stehen Titelanzahl, Auflagen oder Umsatz in einem Zusammenhang mit politischer Meinungsbildung? Eher nicht. Denn 30-Jährige lesen kaum noch gedruckte Zeitungen und sind dennoch genauso gut informiert wie wir, die Zeitung lesen. Selbst ein (wachsender) Teil der älteren Generation liest Zeitungen nur noch online und digital. Das mag für den einen oder anderen praktisch sein – der Klick auf einen weiterführenden Links hat jedenfalls einen immensen Charme.

Aber leidet darunter etwa die Qualität der Presse? Die meisten Redaktionen veröffentlichen in Print und online ja ohnehin fast identische Inhalte (mit der Möglichkeit, online aktualisieren zu können). Und das Austragen gedruckter Zeitungen finanziell zu fördern, hat mit der Qualität einer Zeitung auch nichts zu tun.



Bleibt die Frage, ob die gedruckte Zeitung nicht doch ein Modell von gestern ist? Seit Jahren wird argumentiert, Zeitungen müssten zum Tagesmagazin werden, um überleben zu können. Es hat sich nichts bewegt. Man bleibt beim alten Modell und wartet ab. Bis die Druckmaschinen nicht mehr zu »retrofitten« sind und gedruckte Zeitungen von selbst verschwinden.

Nein, nicht morgen, aber spätestens dann, wenn es grossformatige, flexible und faltbare Displays gibt. Dann hat sich auch das Problem der Zeitungsausträger erledigt, denn die Display-Zeitung wird morgens über das Netz frisch ausgeladen und im Tagesverlauf aktualisiert. Das wird dann auch ganz im Sinne der Verleger sein, die ihre gedruckten Medien ja ohnehin verschmähen und nur noch auf digital und online setzen. Oder haben Sie in letzter Zeit noch Werbung für eine gedruckte Zeitung gesehen?

Gut, es ging bei der Volksabstimmung auch um private Lokalradios, das Regionalfernsehen und einheimische Online-Medien. Auch die müssen jetzt weiterstrampeln und sehen, wie sie klarkommen. Wie die Fachpresse, denn auch wir leiden unter der Umschichtung von Werbegeldern. Aber wen interessiert das schon?



Trotzdem wünschen wir Ihnen viel Spass bei der Lektüre.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

KOENIG & BAUER

We print
your world



Wir bringen Farben und Substrate zusammen,
damit die größte Vielfalt für Druckerzeugnisse
entsteht. Seit über 200 Jahren.

Denn Druck macht unsere Welt aus.

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com
koenig-bauer.com

we're on it.